

年	月	月	日	日	日
每日每寸收價銀	每日每寸收價銀	每日每寸收價銀	每日每寸收價銀	每日每寸收價銀	每日每寸收價銀
一角一分	一角二分	一角三分	二角三分	三角八分	四角五分

郵政局特認為新聞紙類

Peking Yih Pao.
Chun Kiang Hutung,
Matamen Street.

可對過

[illegible][illegible]

間前後寬廣樓房三十餘間倒價格外從廉有倒此樓者請至
地安門外集賢樓賬房面議可也特此廣告
本樓主人謹白

五六一一

美國照像公司
廣告

本公司開辦數載洗印片
無不精美異常今自美國
運到各種藥水及藥料



本公司設在東交民巷路南

每包拾枝出售



哈德門香烟

11

1017
1111外

[illegible]

○月
一
日
孩
早
慈
英
唱
張
小
蘭

駕克攜且

[illegible]

○月
一
日
孩
早
慈
英
唱
張
小
蘭

駕克攜且



白禮氏船牌洋燭

諸君謹防假冒



白禮氏洋燭皆認為上等多人仿效總亦如其優勝

白禮氏洋燭得天下之名譽因為其洋燭占最優等

白禮氏洋燭公司上海北京路四瑞
曾獲各國賽會獎賞九十三次

[illegible]

●北京商業銀行廣告
本行遵照中華民國銀行通行條例公司條例集合資本一百萬元並奉財政部批准註冊
立案辦理國內各種匯兌暨往來存款定期存款抵押放款貼現放款買賣生銀有價証券
所有利息無不格外克己手續力求簡捷週知各商惠顧諸君均設有代理機關經理諸
民巷分行設于天津法界六號路電話三九六號
京行總理室電話三九六號
事務特此謹告

倒舖底聲明廣告
今憑中人說合倒妥和順棧房舖底坐落在王府井大街北路西門牌二十三號所有和順棧房欠內欠外賬目舖保水印一切轆轤不清及親族人等爭論俱歸舊業主一面承官不與新業主相干特此登聲明
福安汽車行謹啓

浙江協濟紹蕭塘工有獎義券第十二期准於陽歷十一月十八日即陰歷九月二十六日在浙江省城開獎

大德通匯兌莊廣告

本號開設多年信用昭著久為仕商諸君所共信前因中外戰事發生影響及於全國稍事收歇以待轉機今戰事告終仍舊擴充營業更採取銀行辦法諸事益為靈活凡各省一切票電滙款長期短期存款抵押放款無不歡迎利息比前從優

上海外灘四馬路大德通匯兌莊廣告

京
高朔大律師

大律師曾任高等廳庭長地方廳長現設事務所
每日上午在所親自接待過時概由書記接洽
電話南局二七三七天津分事務所
在河北三馬路元章各口

育興治陽萎特效靈藥
一、提興陽之品，育興治陽萎特效靈藥，不論男女老幼，凡患此症者，服之立見奇效。此藥乃由名醫秘傳，選用名貴藥材，精工製成。其功效神速，誠為治陽萎之聖藥也。凡患此症者，不可不試。每盒售價大洋五元，各大藥房均有代售。

(京) (北)
花旗銀業行

儲蓄部廣告

本行電話東局八百九十三號 二千四百六十三號 經理員納德白

常克己手續敏捷收取匯兌等價格外公道往來存款利息按年二厘定期存款贈至東交民巷本分行面議可也 資本純撥及公積金共計美金九百萬元

本行專作往來定期存款以本京通用銀洋為標準及美金亦可存使並匯票電匯以及銀行所有一切業務無不為

本行儲蓄部之宗旨在於為社會各界之儲蓄者提供便利之機會凡在本行儲蓄者之款項均按日計算利息其利息之多少視其存款之種類而定其存款之種類有定期存款活期存款零存整付存款等項其利息之計算方法如下：

定期存款：按年二厘計算利息，到期一次支取。

活期存款：按日計算利息，隨時支取。

零存整付存款：按日計算利息，到期一次支取。

儲蓄部之業務範圍包括：

1. 儲蓄存款：定期、活期、零存整付等。

2. 匯兌業務：國內、國外匯兌。

3. 電匯業務：國內、國外電匯。

4. 銀行業務：一切銀行業務。

儲蓄部之優點：

1. 手續簡便：存款、取款、匯兌等手續簡便快捷。

2. 利率優厚：定期存款利率優厚，活期存款利率亦不低。

3. 安全可靠：本行信譽昭著，資金雄厚，安全可靠。

4. 服務周到：本行設有儲蓄部，專為儲蓄者提供服務。

儲蓄部之地址：

本行電話東局八百九十三號 二千四百六十三號

儲蓄部之營業時間：

每日上午九時至下午五時

儲蓄部之負責人：

經理員納德白

儲蓄部之廣告：

儲蓄部之廣告，旨在向社會各界宣傳本行儲蓄部之業務，並吸引儲蓄者前來存款。廣告內容包括儲蓄部之宗旨、業務範圍、優點、地址、營業時間、負責人等。

儲蓄部之廣告，是儲蓄部對外宣傳的重要手段，也是儲蓄部吸引儲蓄者前來存款的重要途徑。儲蓄部應根據本行儲蓄部之特點，制定合適之廣告策略，並通過多種渠道進行宣傳，以擴大儲蓄部之影響力，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之優點，並強調儲蓄部之安全可靠。儲蓄部應通過多種渠道進行宣傳，包括報紙、雜誌、廣播、電視、戶外廣告等。儲蓄部應根據不同之宣傳渠道，制定不同之廣告內容，以達到最佳之宣傳效果。

儲蓄部之廣告，應注重與儲蓄者之溝通。儲蓄部應通過多種渠道與儲蓄者進行溝通，包括電話、信件、面談等。儲蓄部應根據儲蓄者之需求，提供個性化之服務，並提高儲蓄者之滿意度。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之專業性。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之專業性，包括儲蓄部之負責人、儲蓄部之業務範圍等。儲蓄部應通過專業之服務，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之便捷性。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之便捷性，包括儲蓄部之手續簡便、儲蓄部之利率優厚等。儲蓄部應通過便捷之服務，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之長期性。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之長期性，包括儲蓄部之信譽昭著、儲蓄部之資金雄厚等。儲蓄部應通過長期之服務，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之社會責任。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之社會責任，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過社會責任之履行，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之創新性。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之創新性，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過創新之服務，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌社會競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌社會未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌社會競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌社會未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌社會競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌社會未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌社會競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌社會未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會競爭力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會競爭力，包括儲蓄部之利率優厚、儲蓄部之服務周到等。儲蓄部應通過品牌社會競爭力之提升，吸引儲蓄者前來存款，並提高儲蓄部之存款額。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會未來發展。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會未來發展，包括儲蓄部之新業務、儲蓄部之新服務等。儲蓄部應通過品牌社會未來發展之規劃，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會影響力。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會影響力，包括儲蓄部之公益活動、儲蓄部之社會貢獻等。儲蓄部應通過品牌社會影響力之提升，贏得社會各界之尊重，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應突出儲蓄部之品牌社會知名度。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會知名度，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會知名度之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之信譽。

儲蓄部之廣告，應強調儲蓄部之品牌社會價值。儲蓄部應通過多種渠道宣傳本行儲蓄部之品牌社會價值，包括儲蓄部之品牌名稱、儲蓄部之品牌標識等。儲蓄部應通過品牌社會價值之提升，贏得儲蓄者之信任，並提高儲蓄部之

中孚銀行廣告

漢口北京分行電話南局第二千六百零八號
中孚銀行總理孫多鈺協理聶其燁
北京分行經理楊瑜統副經理孫達方 啓
營業室電話南局第二千六百零八號

貨國意注

曉
白

售價格外從廉物美克己公道

北京分銷處 東安市場北頭路西
電話東局八十三號

街大門箭京北
房藥大美中

皇家專門醫藥大學畢業
領有文憑並蒙政府特准
製藥師及應球商標註冊自
運歐美各國原質藥料著名各種良藥
專辦各大醫院並製醫藥用器械藥品
專配西文方劑精製家用良藥
靈驗丸散膏丹藥水藥酒補身養血妙
品開關壯飾品高等香水香粉香皂花
露水各品無不俱備零整比衆公道賄
賄者駕臨探取不勝歡迎之至

鷹球牌麥液止咳露

夏時得火之正氣以治肺實火灼之明
溫而和肺屬金其體
微在更佐以化痰清
和肺止而潤不燥不
專治肺燥而致肺寒
嗽氣管閉塞痰痰不
以及年老久咳痰喘
結氣喘如哮喘咳嗽
傷風痲痺等患對症
傷風不寒秋壯者每
服一調羹日服三次
水沖服小兒按年減
減年未滿四歲者月
小兒嬰孩 糖漿每瓶
大洋七角半每打洋七

鷹球老牌滋補油

補氣養血凡身體瘦弱胃不消化吐
經受病變弱傷房事色傷破金肺
血小兒肌肉不長等症皆治之不論
男女老少無病長服亦能壯健精神
充盈膚革此乃清補而不燥滋潤而
不膩之聖藥也其味甘香嚼口每日
服三次每次服一大匙起小兒減半
服之臨用時須將瓶搖動數次使其
藥力融治

英國專門 藥房
英學士 章崇禮監製

觀前 寺門 大街 華街 大英 藥房

北京總經理處

養血安坤膏

此膏專治婦女經血不調月經斷理後錯經多氣少血色不正紫黑血成塊崩漏白帶肚疼肚
甚多滿打腰酸膝疼兩脅痠痛腸滿悶嘔吐惡心或生氣惱或食寒或發熱血成病左邊一
條右邊一塊攻下攻下心口疼氣短神虛心驚心跳頭昏眼黑腰酸無力咳嗽痰喘子後發痛

律師曹祖蕃啟事

鄙人爲大理院推事於今數年現經懸職專任律師設事於北京西單牌樓迤北兵馬司西面龍仁寺門牌二百七十七號凡以訴訟或他法律事件來